



JURNAL ILMU KOMUNIKASI

Volume: Nomor: Tahun: 2014 Halaman:

[.http://www.fisipundip.ac.id](http://www.fisipundip.ac.id)

HUBUNGAN INTENSITAS KOMUNIKASI ORANGTUA-ANAK DAN KELOMPOK REFERENSI DENGAN MINAT MEMILIH JURUSAN ILMU KOMUNIKASI PADA SISWA KELAS XII

Studi Pelaksanaan di SMU Negeri 3 Semarang

Henny Novita Rumono¹, Djoko Setyabudi, S.Sos, MM², Drs. Tandiyo Pradekso, M.Sc³

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas
Diponegoro Jl. Prof. H. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang, Kotak Pos
1269 Website : <http://www.fisip.undip.ac.id> Email : fisip@undip.ac.id

ABSTRAKSI

Setiap siswa yang akan menyelesaikan studinya di Sekolah Menengah Atas (SMA) akan diperhadapkan pada berbagai pilihan. Salah satunya adalah jurusan atau program studi mana yang akan dipilih setelah Ujian Akhir Nasional (UAN) dilaksanakan. Masalahnya banyak siswa SMA yang sulit ambil keputusan karena tidak tahu apa bakat dan minatnya, dan banyak yang belum menemukan potensi dirinya, tidak terbiasa mengambil keputusan sendiri bahkan untuk hal-hal yang terkait dengan kepentingannya, sehingga bingung ketika harus memilih jurusan dan perguruan tinggi. Pemilihan jurusan atau program studi tentu bukanlah persoalan mudah karena banyak faktor yang mempengaruhi. Faktor tersebut antara lain adalah pengaruh dari orang tua, rekan siswa atau teman sepergaulan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan intensitas komunikasi orangtua-anak dan kelompok referensi dengan minat memilih jurusan Ilmu Komunikasi pada siswa kelas XII. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Konvergensi oleh William Stern dan teori Kelompok Rujukan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan tipe penelitian yang digunakan adalah eksplanatori. Sample dalam penelitian ini adalah siswa-siswi kelas XII SMU Negeri 3 Semarang sebanyak 80 orang dan diambil menggunakan teknik *simple random sampling*. Analisis penelitian ini menggunakan analisis korelasi.

Hasil temuan penelitian ini adalah: 1) tidak terdapat hubungan antara intensitas komunikasi orangtua – anak dengan minat memilih jurusan Ilmu Komunikasi pada siswa kelas XII. Hal itu terbukti dengan nilai pengujian korelasi Rank Kendall dimana variabel X1 dengan Y memiliki nilai signifikansi >0,05 (0,154). 2) Ada hubungan

¹Mahasiswa S1 Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro, Semarang.

² Dosen Ilmu Komunikasi FISIP Undip

³ Dosen Ilmu Komunikasi FISIP Undip

antara intensitas komunikasi kelompok referensi dengan minat memilih jurusan Ilmu Komunikasi. Hal ini terbukti dengan nilai pengujian koefisien korelasi Rank Kendall dimana variabel X₂ dengan Y memiliki nilai signifikansi $\leq 0,05$ (0,001) dan nilai korelasi Rank Kendall (τ) sebesar 0,318. Semakin tinggi intensitas komunikasi kelompok referensi, maka semakin tinggi pula minat siswa memilih jurusan Ilmu Komunikasi.

A. PENDAHULUAN

Pada umumnya siswa yang telah lulus dari SMA, SMEA, SMK dan jenjang sederajat lainnya akan melanjutkan studi ke Perguruan Tinggi baik Perguruan Tinggi Negeri (PTN) maupun Perguruan Tinggi Swasta (PTS). Beragamnya jurusan yang ditawarkan di perguruan tinggi, membuat beragam pula minat dan motivasi dari masing-masing siswa dalam memilih dan menentukan jurusan yang akan dipelajarinya.

Salah satu jurusan yang memiliki nilai dan daya tarik tersendiri adalah Ilmu Komunikasi. Peminat program studi ini tidak kalah dibanding peminat program studi unggulan yang lain. Begitu juga lapangan kerja yang siap menampung lulusan dari Ilmu Komunikasi, sangat banyak dan beragam. Menurut pakar pendidikan Arief Rachman, dari tahun ke tahun ada beberapa jurusan yang selalu menarik perhatian para mahasiswa baru, salah satunya adalah jurusan Ilmu Komunikasi (<http://m.koran-sindo.com/node/314245>).

Remaja seharusnya sudah bisa memutuskan pilihannya sendiri, karena semua pilihan yang diambil sebenarnya adalah pilihan tentang masa depannya. Bagi yang sudah mengetahui apa bakat dan minatnya dan terbiasa mengambil keputusan sendiri, tidak banyak mengalami kendala dalam memilih jurusan.

Masalahnya di masa ini banyak siswa SMA yang sulit ambil keputusan karena tidak tau apa bakat dan minatnya, dan banyak belum menemukan potensi dirinya, tidak terbiasa mengambil keputusan sendiri bahkan untuk hal-hal yang terkait dengan kepentingannya, sehingga bingung ketika harus memilih jurusan dan perguruan tinggi.

Kebingungan siswa dalam memilih jurusan ada yang disebabkan sikap orangtua yang memaksakan anak memilih jurusan yang ditentukan orangtua, bukan karena kemauan dan minat anaknya. Orang tua cenderung masih meminta remaja untuk masuk ke jurusan yang diinginkan, padahal pilihan orang tua belum tentu menjadi pilihan remaja. Belum lagi gaya ikut-ikutan teman agar ketika kuliah sudah memiliki teman yang telah dikenal, atau juga karena mengikuti pacar.

Data yang didapat berdasarkan studi yang dilakukan Murhima A. Kau melalui wawancara pada bulan Juni 2005 pada 30 orang siswa-siswi di SMU Negeri 3 Gorontalo, terungkap bahwa masih banyak siswa yang kebingungan dalam memilih jurusan atau program pendidikan pada perguruan tinggi mana setelah tamat SMU, dengan rincian 30% siswa kelas III masih bingung karena tidak dapat membayangkan jurusan apa yang hendak dipilihnya dan melanjutkan pendidikan pada perguruan tinggi yang mana setamat SMU. 40% siswa menentukan jurusan atau program pendidikan pada jenjang perguruan tinggi, berdasarkan pada pertimbangan orang tua nya, 20% siswa yang dalam memilih jurusan atau program pendidikan didasarkan pada pertimbangan guru dan teman. Hanya 10% siswa yang memiliki pilihan sendiri terhadap jurusan yang akan ditekuninya (Jurnal Ichsan Gorontalo Vol 2 No 1. Februari – April 2007).

Pengalaman dan sosok orang tua yang memiliki komunikasi yang baik dengan anak dapat mengarahkan putra-putrinya untuk menjalankan jurusan sesuai minat dan

kemampuannya. Siswa dan orang tua juga harus saling berkomunikasi sehingga tidak ada masalah saat sudah menjalani aktivitas kuliah. Orang tua juga harus bisa memberikan masukan dan mendukung pilihan anaknya.

Komunikasi yang baik adalah saat anak bisa menetapkan keputusan bersama dengan orang tua mereka dengan berdiskusi secara tatap muka dan dalam suasana yang santai sehingga permasalahan anak dapat terpecahkan dan segala keinginan dan perasaan anak terakomodasi. Komunikasi yang intens antara orangtua dan anak menjadi faktor penting yang akan membantu proses komunikasi dalam membantu memilih jurusan di universitas pada siswa kelas XII.

Selain peran orang tua, faktor lain yang dapat menentukan minat siswa dalam memilih jurusan Ilmu Komunikasi adalah kelompok referensi yang ada di luar pihak keluarga. Kelompok referensi sangat erat kaitannya dengan kelompok sosial, dalam hal ini yang termasuk ke dalam kelompok referensi adalah kelompok pertemanan sebaya oleh remaja.

Teman sebaya yang bergaul dekat dengan anak dapat memberikan pengaruh pada minat, penampilan, perilaku dan sikap sehari-hari siswa daripada pengaruh orangtua. Hal ini terjadi karena remaja lebih banyak menggunakan waktunya di luar rumah bersama teman-teman sebayanya, seperti saat di sekolah, tempat les, atau bermain bersama setelah pulang sekolah.

Berdasarkan pemikiran tersebut, penelitian ini akan menguji adakah hubungan intensitas komunikasi orangtua - anak dan intensitas komunikasi kelompok referensi dengan minat memilih jurusan Ilmu Komunikasi pada siswa kelas XII.

B. KERANGKA TEORI

Minat Memilih Jurusan Ilmu Komunikasi

Menurut Hafied Cangara (2007: 65) minat berarti perhatian, kesukaan, hasrat terhadap suatu keinginan. Menurut Onong U. Effendy (2003:103) minat adalah kelanjutan perhatian yang merupakan titik tolak timbulnya hasrat untuk melakukan kegiatan atau tindakan yang diharapkan.

Minat adalah gejala psikologis yang menunjukkan pemusatan perhatian terhadap suatu obyek sebab ada perasaan senang. Dari pengertian tersebut jelaslah bahwa minat itu sebagai pemusatan perhatian atau reaksi terhadap suatu obyek seperti benda tertentu atau situasi tertentu yang didahului oleh perasaan senang terhadap obyek tersebut (Solomon, 2011: 104).

Jadi pada hakikatnya minat merupakan kesediaan atau kecenderungan seseorang terhadap sesuatu yang menarik perhatiannya sehingga menumbuhkan perasaan suka dan senang terhadap suatu keinginan. Salah satu di antaranya ialah memilih jurusan untuk melanjutkan pendidikan pada jenjang yang lebih tinggi.

Sedangkan minat memilih adalah tahap kecendrungan perilaku memilih dari konsumen pada suatu produk atau jasa yang dilakukan pada jangka waktu tertentu dan secara aktif menyukai dan mempunyai sikap positif terhadap suatu produk barang atau jasa didasarkan pada pengalaman yang telah dilakukan dimasa lampau.

Dalam penelitian ini, minat memilih jurusan ilmu Komunikasi pada siswa kelas XII SMA adalah sikap yang dapat menimbulkan hasrat dan perhatian terhadap jurusan Ilmu Komunikasi dan timbul keinginan untuk memilih jurusan Ilmu Komunikasi pada siswa kelas XII SMU.

Menurut Crow and Crow (Sarwono, 2002: 76), faktor timbulnya minat terdiri dari 3 faktor:

- a. Faktor dorongan dari dalam, yaitu rasa ingin tahu atau dorongan untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda. Dorongan ini dapat membuat seseorang berminat untuk mempelajari ilmu mekanik, melakukan penelitian ilmiah, atau aktifitas lain yang menantang.
- b. Faktor motif sosial, yakni minat dalam upaya mengembangkan diri dari dan dalam ilmu pengetahuan, yang mungkin diilhami oleh hasrat untuk mendapatkan kemampuan dalam bekerja, atau adanya hasrat untuk memperoleh penghargaan dari keluarga atau teman.
- c. Faktor emosional, yakni minat yang berkaitan dengan perasaan dan emosi. Misalnya, keberhasilan akan menimbulkan perasaan puas dan dapat meningkatkan minat, sedangkan kegagalan dapat menghilangkan minat seseorang.

Menurut Dalyono (2010:59) faktor eksternal individu yang turut mempengaruhi minat seseorang terhadap suatu objek adalah lingkungan keluarga dan masyarakat.

a) Lingkungan Keluarga

Menurut Dalyono (2010:59), keluarga adalah ayah, ibu, dan anak-anak serta famili yang menjadi penghuni rumah. Keluarga merupakan pendidikan pertama dan utama yang sangat penting bagi perkembangan dan pembentukan kepribadian anak.

Lingkungan keluarga yang bertanggung jawab terhadap pendidikan anaknya adalah orang yang memikirkan, memenuhi dan mendukung sepenuhnya, orang tua pun dapat membantu perkembangan anaknya. Adapun pengaruh dari keluarga menurut Slameto (2010:60) berupa cara orang tua mendidik dan relasi antara anggota keluarga. Keadaan lingkungan keluarga yang sangat membantu dalam perkembangan anaknya khususnya dalam memilih jurusan atau program studi di perguruan tinggi setelah menamatkan diri dari sekolah. Dengan adanya dukungan yang tinggi sehingga perwujudan harapan orang tua tergantung pada kesan yang diterima oleh anaknya sehingga hasil interaksi ini dijadikan bahan pertimbangan terutama dalam pemikiran karir.

b) Lingkungan Masyarakat.

Meliputi kegiatan siswa dengan masyarakat, salah satunya adalah kegiatan dengan teman bergaul.

Intensitas Komunikasi Orangtua-Anak

Komunikasi menurut Onong U. Effendy (2008:5) “Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahukan atau untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku baik secara langsung maupun tidak langsung.”

Sedangkan Menurut Rogers & Kincaid (Fajar, 2009:31) menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam.

Adapun tujuan dari komunikasi adalah membangun atau menciptakan pemahaman atau pengertian bersama. Saling memahami dan mengerti bukan berarti harus menyetujui tapi mungkin dengan komunikasi terjadi suatu perubahan sikap, pendapat, perilaku atau perubahan secara social. Menurut Fajar (2009:39) tujuan dari komunikasi itu sendiri diantaranya adalah: mengubah sikap (*to change the attitude*), mengubah opini atau pendapat atau pandangan (*to change the opinion*), mengubah perilaku (*to change the behavior*), mengubah masyarakat (*to change the society*).

Dalam keluarga, anggota keluarga merupakan bagian dari suatu sistem, dalam hal ini antara satu individu dengan individu lain terdapat satu keterkaitan, saling berhubungan, saling memerlukan dan saling melengkapi.

Orangtua dan anak merupakan satu ikatan keluarga yang tidak dapat dipisahkan dan bersifat abadi. Keluarga memiliki hubungan yang cenderung intim antar anggotanya. Tidak hanya hubungan ikatan darah, keluarga juga memiliki bentuk komunikasi antar pribadi yang berperan penting dalam proses perkembangan kehidupan anggota didalamnya, misalnya peranan komunikasi antar pribadi dalam perkembangan anak remaja yang dinilai membutuhkan banyak perhatian dari semua anggota keluarga.

Menurut DeVito (1997:47), komunikasi adalah suatu proses. Segala hal dalam komunikasi selalu berubah, misalnya partisipan komunikasi dan lingkungan. Di dalam keluarga, komunikasi melalui proses yang terjadi terus menerus, misalnya antar anggota keluarga yang baru bangun tidur sudah mulai saling berkomunikasi mengenai berbagai macam topik. Komunikasi akan berlangsung terus menerus antar anggota keluarga.

Komunikasi orangtua-anak adalah dimana orangtua dan anak saling mengkomunikasikan keinginan dan harapan masing-masing terhadap masa depan pendidikan anak. Komunikasi antara orangtua dan anak ini juga merupakan bagian dari komunikasi keluarga yang juga didefinisikan sebagai pertukaran pesan yang mempunyai tujuan, yang disengaja dan memiliki pemahaman bersama diantara individu yang terhubung secara biologis, secara hukum, ataupun dalam ikatan sejenis perkawinan yang saling memelihara dan mengendalikan satu sama lain (LePoiré, 2006:16). Orangtua dan anak juga menunjukkan hubungan yang ada diantara mereka melalui komunikasi tersebut.

Komunikasi antarpribadi sangat diperlukan dalam membina hubungan agar semakin jelas dan intim, karena sifat dari komunikasi antarpribadi yang tatap muka, serta umpan balik yang langsung memudahkan komunikator maupun komunikan mengetahui tanggapan terhadap pesan yang disampaikan, selain itu adanya umpan balik dapat meningkatkan kesadaran diri.

Supraktinya (2009:10-12) mengemukakan aspek-aspek komunikasi secara umum antara lain, pembukaan diri, mampu mendengarkan lawan bicara, mampu mengkomunikasikan ide atau gagasan oleh orang lain, penerimaan terhadap orang lain.

Intensitas Kelompok Referensi

Menurut Sumarwan (2004: 250) menyatakan kelompok referensi (preference group) adalah seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi seseorang. Rahmat (2007:146) mendefinisikan kelompok rujukan sebagai kelompok yang digunakan sebagai alat ukur (standard) untuk menilai diri sendiri atau untuk membentuk sikap. Jika seseorang menggunakan kelompok itu sebagai teladan bagaimana seharusnya bersikap, kelompok itu menjadi kelompok rujukan positif; dan jika seseorang menggunakannya sebagai teladan bagaimana seharusnya kita *tidak* bersikap, kelompok itu menjadi kelompok rujukan negatif.

Kelompok referensi sangat erat kaitannya dengan kelompok sosial, hal ini yang termasuk ke dalam kelompok referensi adalah kelompok pertemanan sebaya oleh remaja atau *peer group* (Dacey & Kenny, 1997).

Intensitas dalam kelompok pertemanan sebaya menimbulkan komunikasi yang cukup intim di antara para anggotanya. Keintiman tersebut akan mengarah pada keakraban yang berujung pada persahabatan. Persahabatan dalam kelompok

pertemanan merupakan salah satu fase penting dalam kehidupan remaja. Ada beberapa faktor penting persahabatan dalam diri remaja :

1. Kebersamaan. Persahabatan memberikan remaja teman akrab, seseorang yang bersedia menghabiskan waktu dnegan mereka dan bersama-sama beraktivitas.
2. Stimulasi. Persahabatan memberikan para remaja informasi-informasi yang menarik, kegembiraan dan hiburan.
3. Dukungan fisik. Persahabatn memberikan waktu, kemampuan-kemampuan dan pertolongan.
4. Dukungan ego. Persahabatan menyediakan harapan atas dukungan, dorongan dan umpan balik yang dapat membantu remaja untuk mempertahankan kesan atas dirinya sebagai individu yang mampu menarik dan berharga.
5. Perbandingan sosial. Persahabatan menyediakan informasi tentang bagaimana cara berhubungan dengan orang lain dan apakah para remaja baik-baik saja.
6. Keakraban dan perhatian. Persahabatan memberikan hubungan yang hangat, dekat dan saling percaya dengan individu yang lain, hubungan yang berkaitan dengan pengungkapan diri sendiri (Gottman & Parker, 1987 dalam Santrock, 1996:227-228).

Kelompok acuan (reference group) berfungsi sebagai titik banding / referensi langsung (tatap muka) atau tidak langsung yang membentuk sikap maupun perilaku seseorang. Kelompok acuan mengarahkan seseorang pada perilaku dan gaya hidup baru, mempengaruhi sikap dan konsep diri orang tersebut, dan memberikan dorongan untuk menyesuaikan diri sehingga akan mempengaruhi pilihan produk dan merek orang itu.

Rubin (Dacey & Kenny, 1997) menambahkan pertemanan ataupun persahabatan - yang merupakan salah satu kelompok referensi - yang dilakukan seorang remaja bersama dengan individu sebayanya membuat remaja memiliki perasaan dihargai, memiliki kemampuan social seperti empati dan memahami sudut pandang orang lain. Hal ini terjadi karena remaja lebih banyak menggunakan waktunya di luar rumah bersama teman-teman sebayanya, seperti saat di sekolah, tempat les, atau bermain bersama setelah pulang sekolah. Teman sebaya yang bergaul dekat dengan anak dapat memberikan pengaruh pada minat, penampilan, perilaku dan sikap sehari-hari siswa daripada pengaruh orangtua. Pengaruh yang diberikan teman sebaya dapat berdampak positif maupun negatif. Saat anak mulai belajar untuk mengambil keputusan sendiri, teman sebaya dapat menjadi tempat untuk saling bertukar informasi mengenai pilihan jurusan yang akan dipilih.

Intensitas komunikasi dengan kelompok referensi ini dapat dilihat secara kuantitas maupun secara kualitas. Kuantitas dilihat dari frekuensi dan durasi siswa dalam bertemu dan berinteraksi dengan kelompok pertemanannya. Sedangkan kualitas dilihat dari keteraturan dalam komunikasi, keluasaan pesan, kedalaman pesan ketika berkomunikasi denga kelompok pertemanannya. Sehingga intensitas komunikasi dalam kelompok pertemanannya sebagai kelompok referensi ini juga memiliki pengaruh pada minat remaja, dalam hal ini adalah minat memilih jurusan Ilmu Komunikasi.

Teori Yang Mendasari Hubungan Antara Intensitas Komunikasi Orangtua-Anak dan Kelompok Referensi Dengan Minat Memilih Jurusan Ilmu Komunikasi

Minat berkaitan berkaitan dengan teori konvergensi. Kecenderungan untuk mengungkapkan bahwa perkembangan jiwa remaja ditentukan dua faktor yang saling menopang, yakni faktor bakat dan faktor pengaruh lingkungan. Hal tersebut

dikemukakan oleh William Stern (Sarwono, 2002:40-41), yang percaya bahwa jiwa manusia dibentuk berdasarkan pengalaman yang diperolehnya dalam kehidupan selanjutnya yang termasuk didalamnya yaitu faktor pengaruh lingkungan. Faktor pengaruh lingkungan terdiri dari orangtua, teman sebaya, saran dan prasarana yang tersedia, taraf sosial ekonomi orangtua. Faktor pengaruh lingkungan sangat diperlukan untuk membentuk kepribadian seseorang. Kepribadian seorang remaja akan terbentuk dengan baik, apabila dibina oleh suatu pendidikan (pengalaman) yang baik.

Komunikasi yang dilakukan antara orang tua dan anaknya merupakan salah satu bentuk komunikasi antar pribadi. Menurut Deddy Mulyana (2007:73), komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun non verbal. Orangtua merupakan faktor terpenting untuk menciptakan komunikasi antarpribadi. Sikap fleksibel orangtua untuk terlibat aktif melakukan aktifitas komunikasi yang sehat dan secara tatap muka dapat menumbuhkan rasa keakraban dan suasana harmonis antara orangtua dan anak.

Menurut Rahmat (2007:129) komunikasi dikatakan efektif bila kedua belah pihak saling dekat, saling menyukai dan komunikasi diantara keduanya merupakan hal yang menyenangkan dan adanya keterbukaan sehingga tumbuh sikap percaya. Demikian juga halnya dengan komunikasi orangtua-anak yang efektif dilandasi adanya kepercayaan, keterbukaan, dan dukungan yang positif pada anak agar anak dapat menerima dengan baik apa yang disampaikan oleh orangtua.

Dikatakan pula oleh Effendy (Liliweri, 1997:12) “Komunikasi antara orangtua dan anak dianggap sebagai komunikasi yang paling efektif dalam upaya mengubah sikap, pendapat dan perilaku karena sifatnya yang dialogis, berupa percakapan”. Dengan adanya hubungan interpersonal yang baik maka akan terjadi komunikasi yang efektif, sehingga menimbulkan keterbukaan. Komunikasi yang intens antara orangtua dan anak menjadi faktor penting yang akan membantu proses komunikasi dalam membantu memilih jurusan di universitas.

Selain peran orang tua, faktor pengaruh lingkungan yang lain yang dapat menentukan minat siswa dalam memilih jurusan Ilmu Komunikasi adalah kelompok referensi yang ada di luar pihak keluarga. Kelompok referensi sangat erat kaitannya dengan kelompok sosial, dalam hal ini yang termasuk ke dalam kelompok referensi adalah kelompok pertemanan sebaya oleh remaja atau *peer group* (Dacey & Kenny, 1997).

Peer group dijadikan remaja sebagai kelompok referensi mereka dalam mengambil sikap dalam kehidupannya. Sesuai dengan Teori Kelompok Rujukan yang diungkapkan oleh Francis Bourne (Rahmat, 2007:146) yang menjelaskan bahwa kelompok referensi atau kelompok rujukan merupakan kelompok yang digunakan sebagai alat ukur (standart) untuk menilai diri sendiri atau untuk membentuk sikap. Kelompok referensi digunakan sebagai teladan bagaimana seharusnya bersikap.

Kelompok pertemanan sebaya sebagai *role model* atau rujukan seorang remaja akan menjadi sumber utama seorang remaja dalam bertindak. Menurut teori kelompok rujukan (Rahmat, 2007:146), kelompok rujukan mempunyai dua fungsi : fungsi komparatif dan fungsi normatif. Tamotsu Shibutani (1967: 74-83) dalam Rahmat (2007:146) menambahkan satu fungsi lagi: fungsi perspektif.

1. Fungsi komparatif berfungsi untuk mengukur dan menilai keadaan dan status seseorang.
2. Fungsi normatif, memberikan norma dan sejumlah sikap yang harus dimiliki untuk membimbing perilaku sekaligus menunjukkan apa yang seharusnya dicapai. Kelompok rujukan mempunyai sikap yang cenderung sama dari setiap individunya.

3. Fungsi perspektif, memberikan cara memandang dunia ini, mendefinisikan situasi, mengorganisasikan pengalaman, dan memberikan makna pada berbagai objek, peristiwa, dan orang yang ditemui.

Seorang siswa mungkin menggunakan keluarga, tetangga, teman-teman mereka, sebagai kelompok rujukan bila mereka ingin memilih pakaian, mebel, atau rancangan interior, dan salah satunya adalah dalam memilih jurusan ilmu komunikasi (Rahmat, 2007:146).

Menurut Kansil (1997:25-26) bahwa suatu hal atau faktor yang dianggap sebagai pengganggu dalam proses pengambilan keputusan apabila faktor tersebut dapat mempersulit pengambilan keputusan atau pembelokan arah keputusan dari yang seharusnya. Salah satu faktor adalah lingkungan hidup terdekat seseorang, yaitu orangtua serta anggota keluarga terdekat lainnya. Gangguan lain dapat berasal dari lingkungan sekitar yang dapat timbul dari teman-teman terdekat. Bahwa hubungan pertemanan yang akrab kecenderungan dapat menyebabkan seseorang melakukan pengambilan keputusan yang didasarkan atas keputusan dari teman-teman lainnya. Jika temannya memilih jurusan hukum atau ekonomi, maka ia pun akan memilih jurusan yang sama agar mereka tetap bersama, meskipun bakat/ sifat pribadinya tidak sesuai untuk itu.

Apa pun kelompok rujukan itu, perilaku seseorang sangat dipengaruhi: termasuk perilaku dalam berkomunikasi. Para ahli persuasi sudah lama menyadari peranan kelompok rujukan dalam memperteguh atau mengubah sikap dan perilaku (Rahmat, 2007:146).

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian eksplanatori, sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dimana yang menjadi subyek penelitian adalah siswa-siswi kelas XII SMU Negeri 3 Semarang.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer, data yang digunakan langsung dari responden yaitu siswa-siswi kelas XII SMU Negeri 3 Semarang dengan menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sample menggunakan *simple random sampling*.

D. HIPOTESIS

H1 : Terdapat hubungan antara intensitas komunikasi orangtua-anak (X1) dengan minat memilih jurusan Ilmu Komunikasi (Y).

H2 : Terdapat hubungan antara intensitas komunikasi kelompok referensi (X2) dengan minat memilih jurusan Ilmu Komunikasi (Y).

E. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian hubungan intensitas komunikasi orang tua - anak (X1) dengan minat memilih jurusan Ilmu Komunikasi (Y) didapatkan nilai signifikansi 0,154. Nilai signifikansi $> 0,05$, maka hubungan dinyatakan tidak signifikan sehingga tidak ada hubungan antara intensitas komunikasi orangtua-anak dengan minat memilih jurusan ilmu komunikasi. Hal ini diartikan bahwa tinggi rendahnya intensitas komunikasi orangtua-anak tidak memiliki hubungan dengan minat siswa untuk memilih jurusan Ilmu Komunikasi.

Hasil penelitian tidak konsisten dengan teori konvergensi yang dipakai disini, yaitu yang menyebutkan bahwa orangtua sebagai salah satu faktor lingkungan

mempengaruhi minat anak. Intensitas komunikasi antara orangtua dan anak tidak memiliki hubungan yang kuat dengan minat memilih jurusan Ilmu Komunikasi karena dalam proses komunikasi, tiap keluarga memiliki pola komunikasinya masing-masing. Tiap keluarga memiliki pola komunikasi yang dapat menentukan interaksi komunikasi yang terjadi diantara anggota keluarga. Pola komunikasi tersebut dapat dicermati melalui tipe-tipe keluarga. Tipe keluarga ini juga akan menjelaskan kebebasan anggota keluarga dalam berkomunikasi dan pengambilan keputusan.

Dari hasil penelitian ini diperoleh bahwa skema hubungan keluarga dari responden adalah tipe pluralistic, dimana komunikasi antar anggota keluarga terjalin dengan baik, tetapi orangtua tidak merasa perlu untuk mengendalikan anak-anaknya; malahan, opini dinilai berdasarkan segi kelayakannya dan setiap orang ikut serta dalam pengambilan keputusan, ada kebebasan dalam berkomunikasi diantara orangtua dan anak. Dari hasil penelitian diketahui bahwa 65% responden memiliki intensitas komunikasi yang tinggi dengan orangtua (Bab II, hal 12), dan ketika responden akan mengambil keputusan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pendidikan, lebih dari separuh responden (57,5%) menyatakan selalu meminta persetujuan orang tua. Dan sebanyak 48,75% , responden menyatakan bahwa mereka bebas memutuskan mengenai pendidikan dan sikap orang tua hanya memberi saran.

Selanjutnya untuk hubungan antara intensitas komunikasi kelompok referensi (X2) dengan minat memilih jurusan Ilmu Komunikasi (Y), diperoleh nilai signifikansi 0,001. Dengan demikian nilai signifikansi $\leq 0,05$, sehingga H_0 ditolak sedangkan H_a diterima. Berarti terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas komunikasi kelompok referensi dengan minat memilih jurusan Ilmu Komunikasi. Didapatkan korelasi Rank Kendall (τ) sebesar 0,318 yang berarti bahwa kedua variabel memiliki hubungan positif. Hal ini berarti semakin tinggi intensitas komunikasi kelompok referensi, maka semakin tinggi pula minat siswa memilih jurusan Ilmu Komunikasi.

Teman merupakan salah satu bentuk kelompok referensi. Selain peran orang tua, faktor lingkungan yang dapat menentukan minat siswa dalam memilih jurusan Ilmu Komunikasi adalah kelompok referensi yang ada di luar pihak keluarga. Ini sesuai dengan teori konvergensi dan teori kelompok rujukan (Rahmat, 2007:146).

Seorang siswa menggunakan teman-teman mereka sebagai kelompok rujukan bila mereka ingin memilih jurusan (Rahmat, 2007:146), khususnya ketika memilih jurusan ilmu komunikasi. Hal ini terjadi karena remaja lebih banyak menggunakan waktunya di luar rumah bersama teman-teman sebayanya, seperti saat di sekolah, belajar kelompok, les, main (jalan-jalan, hang out, dll), waktu khusus untuk mengobrol (nongkong bareng), makan-makan (Bab II, hal 65-66)

Ketika siswa kelas XII bertemu dan berkomunikasi dengan teman-temannya, mereka banyak membicarakan masalah-masalah mengenai sekolah (guru, mata pelajaran, PR, dll), kuliah (pilihan jurusan apa dan universitas mana yang akan dipilih nantinya), masa depan (karier, pekerjaan tertentu yang diminati). Dan remaja yang duduk di kelas XII merasa sering memperoleh informasi baru mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pendidikan dari berkomunikasi dengan teman-temannya. Dan bagi remaja, informasi yang mereka dapat dari teman-temannya sangat bermanfaat. Sehingga dalam kondisi seperti inilah kelompok referensi memiliki peran yang sangat besar dalam mempengaruhi perilaku anggotanya, ketika kelompok referensi sudah meyakini akan pilihan jurusan yang akan diambil oleh masing-masing anggota didalam kelompok tersebut, maka individu dengan sendirinya akan terjadi proses tarik – ulur di dalam dirinya untuk berperilaku sama dengan kelompok referensinya, sebab pada dasarnya setiap individu memiliki kecenderungan untuk berperilaku sama dengan kelompoknya.

F. PENUTUP

Kesimpulan :

1. Tidak terdapat hubungan antara intensitas komunikasi orangtua-anak dengan minat memilih jurusan Ilmu Komunikasi.
2. Terdapat hubungan antara intensitas komunikasi kelompok referensi dengan minat memilih jurusan Ilmu Komunikasi.

Saran

1. Bagi siswa kelas XII, ada baiknya untuk mengeksplorasi rasa ingin tahunya terhadap informasi yang berhubungan dengan jurusan yang akan dipilihnya. Sehingga tidak sekedar memilih jurusan, terutama jurusan Ilmu Komunikasi hanya berdasarkan referensi teman/ kelompoknya saja.
2. Akan lebih baik ketika informasi yang diperoleh dari kelompok referensi mengenai jurusan yang akan dipilih, dikomunikasikan siswa kepada orangtuanya. Meskipun dari pihak orangtua memberikan kebebasan pada siswa untuk memilih jurusan di perguruan tinggi.
3. Bagi peneliti lain yang tertarik untuk melakukan penelitian serupa, hendaknya mempertimbangkan factor-faktor lain yang berhubungan, di luar intensitas komunikasi orangtua dan intensitas komunikasi kelompok referensi, misalnya pola asuh / gaya pengasuhan orangtua, dukungan sosial, model WOM (word of mouth) dalam komunikasi referensi group, persepsi terhadap jurusan Ilmu Komunikasi, gaya penyampaian dalam komunikasi kelompok referensi, dan lain-lain. Disamping itu, penelitian juga dapat dilakukan dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yang berbeda.

G. Daftar Pustaka

- Bungin, Burhan. (2006). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Cangara, Hafied. (2007). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Dacey, J. & Kenny, M. (1997). *Adolescent Developmental (Second Edition)*. New York: McGraw-Hill, Inc.
- Dalyono. (2010). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Devito, Joseph A. (1997). *Komunikasi Antar Manusia* (5th ed). Jakarta: Professional Books.
- Devito, Joseph A. (2009). *The Interpersonal Communication Book*. Boston: Pearson Education.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendi, Onong Uchjana. (2008). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ghozali, Imam. (2006). *Statistik Nonparametrik*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Gunawan, Yusuf. (2001). *Pengantar Bimbingan dan Konseling Buku Panduan Mahasiswa*. Jakarta: Prenhallindo.
- Fajar, Marhaeni. (2009). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. Jakarta: Graha Ilmu.

- Hurlock, Elizabeth B. (1995). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*, Alih Bahasa; Istiwidayanti & Soedjarwo (Edisi 5). Jakarta: Erlangga.
- Jahja, Yudrik. (2011). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Kartono, Kartini. 1992. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung : Mandar Maju
- Kansil, C.S.T. dan Kansil, Christine, S.T. (1997). *Melangkah ke Perguruan Tinggi*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan
- Kriyantono, Rachmat. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- LePoire, Beth A. (2006). *Family Communication: Nurturing and Control in a Changing World*. California: Sage Publications.
- Liliweri, Alo. (1997). *Komunikasi Antarpribadi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Littlejohn, Stephen W. & A. Foss, Karen. (2009). *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication* (Edisi 9). Jakarta: Salemba Humanika.
- Mulyana, Deddy. (2007). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rahmat, Jalaludin. (2007). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Santrock, John W. (1996). *Adolescence Perkembangan Remaja*. Jakarta : Erlangga.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. (2002). *Psikologi Remaja*, Edisi Revisi. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen*, Edisi Ketujuh. Jakarta: PT. Indeks.
- Setiadi, Nugroho J. 2008. *Perilaku Konsumen dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Shochib, Moh. (2000). *Pola Asuh Orang Tua: Untuk Membantu Anak Mengembangkan Disiplin Diri*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Solomon MR. (2011). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Ed ke-9. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Sugiyono, (2006). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi, Dewa Ketut. (1996). *Bimbingan dan Konseling*. Jakarta: Bina Aksara.
- Sumarwan, Ujang. (2004). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: PT Ghalia Indonesia.
- Supratiknya, A. (2009). *Komunikasi Antarpribadi – Tinjauan Psikologis*. Yogyakarta: Kanisius
- Tubs, Stewart. L. & Sylvia Moss. (2008). *Human Communication: Prinsip-Prinsip Dasar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- <http://m.koran-sindo.com/node/314245>